

до ціни, на ринки, більш чутливі до якості продукції та сервісу, що потребує вдосконалення організаційно-економічного механізму.

Таблиця 2 – Порівняльний аналіз стратегій завоювання конкурентних позицій на світовому ринку промисловими підприємствами

Складові стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств	Українські підприємства	Підприємства розвинутих країн
Мотиви зовнішньоекономічної діяльності	Виживання	Розширення діяльності
Конкурентні переваги, що експлуатуються	Низькі видатки	Диференціація
Цільові ринки збуту	Переважаю СНД та Азіатські країни.	Ринки “тріади” – Японія, США, ЄС
Форми виходу на зовнішні ринки	Переважаю експорт товарів	Експорт товарів і капіталу
Розміщення видів діяльності по країнах	Централізація	Децентралізація
Особливості організації міжнародної діяльності	Майже відсутні транснаціональні та багатонаціональні корпорації українського походження	Міжнародна діяльність здійснюється переважно транснаціональними корпораціями та міжнародними стратегічними альянсами

1.Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посіб. – 3-є вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2002. – 382 с.

2.Международный менеджмент / Под ред. С.Э.Пивоварова, Л.С.Тарасевича, А.И.Майзеля. – СПб: Питер, 2002. – 576 с.

3.Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ./ Под ред. и с предисл. В.Д.Щегинина. – М.: Междунар. отношения,1993. – 896 с.

4.Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібник. – 2-е вид., випр. і доп. / За заг. ред. А.І.Кредісова. – К.: ВІРА-Р, 2002. - 552 с.

5.Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2002. – 448 с.

Отримано 27.09.2004

УДК 338.12.017

Т.Г.ЧАЛА, канд. екон. наук

Харківський національний університет ім. В.Н.Каразіна

Л.В.ЩЕРБИНА

Харківська національна академія міського господарства

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ СТАНОВЛЕННЯ ПОНЯТТЯ „КОН’ЮНКТУРА”

Відзначаються найбільш відомі спроби трактування такої категорії як “кон’юнктура” та уточнюється це поняття для зменшення протиріччя при його трактуванні.

Вивчення кон’юнктури ринку – це одне з актуальних завдань як

на макро-, так і на мікрорівні. Адже інформація про стан ринку і конкретну ситуацію, що склалася на ньому в даний момент часу, а також аналіз, оцінка, прогнозування подальшого розвитку ринку вкрай необхідні як на державному рівні для ефективного управління економікою країни, так і на рівні окремого підприємства.

Без звернення до історії неможливе жодне серйозне теоретичне дослідження, а тому доцільно, іноді просто необхідно, ознайомитися з процесом становлення як поняття “кон’юнктура”, так і теорій та визначень, пов’язаних з нею. У працях таких відомих зарубіжних і вітчизняних вчених у галузі кон’юктурних досліджень, як Ф.Лассалья, В.Репке, В.Зомбарта, А.Шеффле, Д.І.Опаріна, П.М.Левшина, Д.І.Костюхіна, І.К.Біляєвського, С.О.Первушина, М.Д.Кондратьєва, В.А.Карпова, В.Р.Кучеренко, Г.В.Ковалевського [1, 4-12, 14] та ін. наведено визначення кон’юнктури та розглянуті питання, пов’язані з проведенням кон’юктурних досліджень. В результаті вивчення зазначених праць можна зробити висновок про відсутність чіткого та однозначного визначення поняття “кон’юнктура”, чим обумовлюється актуальність дослідження процесу становлення поняття “кон’юнктура” та тлумачення даної категорії в сучасному розумінні.

Таким чином, метою даної статті є уточнення поняття “кон’юнктура” для зменшення протиріччя при його трактуванні.

Поняття “кон’юнктура” виникло ще в Давньому Римі і означало “описувати ситуацію, поєднувати різноманітні речі”.

Згідно з М.Д.Кондратьєвим, більш-менш чітко термін “кон’юнктура” був визначений Ф.Лассалем в його полемічній роботі з Ф.Шульце-Делічем, де поняття кон’юнктури ототожнювалось з уявами про зв’язану сукупність всіх існуючих невідомих обставин, які оточують людину меркантильного світу [7, с.64].

Ф.Лассаль вклав в поняття кон’юнктури занадто широкий та невизначений зміст: “*Conjunctio rerum omnium*” (поєднання, зв’язок існуючого) називали римські та грецькі стоїки орфічну “нерозривну стрічку”, ланцюг долі, який негативно зв’язує та визначає все буття” [14, с.11].

Слово “кон’юнктура” має походження від астрономічного терміну, подібного за своїм змістом з словом “констеляція”, що означає [2, с.522] положення зірок (в певний момент); положення справ, кон’юнктура; збіг обставин, ситуація.

Починаючи з XVII ст. поняття “кон’юнктура” стало загальнозживаним у значенні “положення речей, тимчасові взаємозв’язки”.

А.Шеффле порівнював кон’юнктуру з сукупністю непередбачуваних і незалежних зовнішніх впливів, яких зазнає діючий суб’єкт

в кожний момент [14, с.13].

А.Вагнер розумів під кон'юктурою сукупність технічних, економічних, соціальних та правових умов, які в народному господарстві, заснованому на розподілі праці та приватній власності матеріальних засобів виробництва, визначають собою їхній попит та пропозицію, а в результаті цього і їхню цінність, і особливо мінову цінність та ціну, і при цьому визначають їх, як правило, абсолютно незалежно від волі та зусиль суб'єкта, від індивідуальних витрат, які необхідні для певного блага [14, с.13-14].

В.Зомбарт кон'юктурою вважав ту форму руху економічної дійсності, яка проявляється в зміні стану експансії та занепаду [7, с. 65-66].

В.Репке визначив кон'юктуру як “співвідношення попиту та пропозиції на якому-небудь ринку, співвідношення, яке в значній мірі не піддається обчисленню та впливу й постійно змінюється. Оцінка цього співвідношення залежить від того, виражене воно чи ні в рентабельності окремих господарств, обумовленою ціною та формою продажу” [14, с. 19-20].

На думку С.О.Первушина, кон'юктура – це господарська динаміка, процес, зв'язок економічних явищ, як процесів, що розвиваються з часом [12, с.10].

В.Г.Громан кон'юктурою називав “рух окремих елементів народного господарства..... в їхньому взаємозв'язку” [14, с.11].

Варто нагадати, що в 1914 р. при Харківському комерційному інституті П.І.Фоміним був заснований перший у Російській імперії Кон'юктурний інститут [6, с.27].

В розвитку кон'юктурних досліджень важлива роль належить Московському кон'юктурному інституту, заснованому як науковий заклад у вересні 1920 р. в Москві при Тимирязівській сільськогосподарській академії. Завідувачем цього інституту було призначено М.Д.Кондратьєва. Кон'юктурний інститут вважався одним з кращих в Європі. Залежно від напрямків дослідження, Кон'юктурний інститут складався з 6 секцій: індексів та цін; сільськогосподарського ринку; кон'юктури промисловості, торгівлі, праці та транспорту; грошового обігу, кредиту та фінансів; світового господарства; методології вивчення кон'юктури. Кон'юктурним інститутом видавався щомісячник “Економічний бюлетень Кон'юктурного інституту”, журнал “Питання кон'юктури”. Але з 1 липня 1928 р. Кон'юктурний інститут Наркомфіну СРСР припинив свою діяльність. Замість нього було засновано Бюро фінансової кон'юктури, яке вже в 1929 р. припинило своє існування.

Перш ніж привести визначення кон'юнктури, дане М.Д.Кондратьєвим, доцільно розібратися з поняттями економічної статистики та динаміки.

Під статичною розуміють таку теорію, яка розглядає економічні явища, по сутності, поза їх зміною в часі. Динамічна теорія вивчає економічні явища в процесі їх зміни з часом. У свою чергу, динамічні процеси розділяють на процеси кількісних та якісних змін [7, с.48-49]. Якісні зміни динамічних процесів спостерігаються у тому випадку, коли елементи економічного життя чи їхнього зв'язку піддаються змінам в тому ж обсязі і кількості. Майже всі якісні зміни, врешті-решт, мають привести до змін кількісних [7, с.58]. Однією з найважливіших заслуг М.Д.Кондратьєва є те, що на його думку економічна кон'юнктура – це синонім економічної динаміки – і являє собою безперервний процес, що складається з рухів двох видів. Перший рух відображає хвилеподібні, спонтанні оборотні процеси, а інший – процеси необоротні, еволюційні, які відображають поступальний розвиток виробничих сил суспільства.

При визначенні поняття кон'юнктури, яке дав М.Д.Кондратьєв, необхідно врахувати, що мова йде про народне господарство, побудоване на основі ринкового обміну. Зрозуміло, що саме ринок визначає успіх або невдачу господарської діяльності, адже відомо, що бувають періоди в економіці, які можуть сприяти розвитку підприємництва та господарської діяльності взагалі і періоди, коли господарська ініціатива зустрічає об'єктивні перешкоди для свого розвитку. Таким чином, можливі випадки, коли збіг обставин сприятливий для розвитку господарства і навпаки. Саме виявлення сприятливого чи несприятливого збігу обставин приводить до поняття кон'юнктури.

М.Д.Кондратьєв підкреслював, що “ми спроможні вбачати економічний зміст поняття кон'юнктури ні в чому іншому, як в тій сукупності обставин, яка проявляється завдяки ринку, від якої залежить підйом чи спад приватного або народногосподарського життя... І все питання зводиться до того, щоб якомога точніше вказати, про які саме обставини йдеться мова, та як визначити сприятливість чи несприятливість їх збігу” [7, с.68].

Таким чином, під економічною кон'юктурою кожного моменту потрібно розуміти напрямок і ступінь зміни сукупності елементів функціонування народного господарства в порівнянні з попереднім моментом часу [7, с.70].

Зрозуміло, що для кожного моменту буде своя кон'юнктура. І якщо порівнювати кожний наступний момент з попереднім, то можна одержати систему кривих [7, с.70-71], сукупність яких в їх взаємо-

зв'язку і буде характеризувати криву зміни кон'юнктури. Тобто, поняття кон'юнктури, виведене М.Д.Кондратьєвим, спирається на коливальні зміни елементів господарства та їх сукупності.

С.О.Первушин залежно від того, в якому аспекті розглядалась кон'юнктура – статичному чи динамічному, надав два її визначення. По-перше, динамічне визначення кон'юнктури, коли кон'юнктура являє собою рух та процес, що безперервно розвивається. По-друге, статичне визначення кон'юнктури. В цьому аспекті під нею розуміли “відомий стан народного господарства у відомий момент часу в порівнянні з його станом в який-небудь інший момент часу, що йому передує” [12, с.23-24].

Крім того, кон'юнктуру в статичному і динамічному аспектах можна визначити як в широкому, так і вузькому смислового значенні слова; як загальну, так і спеціальну (часткову).

Кон'юнктура в широкому значенні являє собою “... динаміку народного господарства в цілому, тобто складні коливальні рухи, які спостерігаються в конкретному господарському житті незалежно від того, якими б причинами вони не обумовлювались: сезонними коливаннями, відновлюваними процесами, врешті, чисто кон'юнктурними коливаннями” [12, с.24]. Як вважав С.О.Первушин, “загальногосподарська кон'юнктура характеризує стан усього відтворювального процесу в масштабах світового господарства та економіки будь-якої держави на той чи інший період” [12, с.122].

Кон'юнктуру у вузькому значенні С.О.Первушин розуміє як “властиві товарно-міновому господарському устрою...стихійні більш-менш періодичні коливальні рухи господарського організму, в його цілому, та який супроводжується як його кількісними, так і якісними змінами і найяскравіше проявляються в сфері ринку, цін, доходів, тобто в коливаннях цін та ціннісних зсувах ” [12, с.24-25].

Частковою кон'юктурою є “... відношення стану кон'юнктури тієї чи іншої галузі народного господарства до загальної народногосподарської кон'юнктури в даний момент” [12, с.25].

Спеціальну кон'юнктуру М.Д.Кондратьєв розділяв на просту і диференційну. Під простою спеціальною кон'юктурою розуміють кон'юнктуру, яка характеризує ступінь зміни характеристик та складових частин певного регіону, галузі чи товару на заданий момент в порівнянні з попереднім моментом. Тобто, проста спеціальна кон'юнктура ідентична загальному поняттю кон'юнктури. Що ж стосується диференційної кон'юнктури, то це проста кон'юнктура даної галузі, але яка береться у порівнянні або відношенні до кон'юнктури інших галузей [7, с.71-73].

Варто зазначити, що С.О.Первушин економічну сутність кон'юнктурних процесів вбачав в ціннісних зрушеннях, оскільки різні елементи системи цін (ціни на послуги, предмети споживання й засоби виробництва) мають однаковий напрямок, але в коливаннях різняться їх ступенем, а також у часовій послідовності.

На думку Д.І.Костюхіна, кон'юнктура як економічне поняття являє собою “процес капіталістичного відтворення в конкретних історичних умовах у всій його сукупності та ринковому прояві” [8, с.10].

М.Бунятян сутність кон'юнктури розкривав у процесі пояснення такого явища як коливання цін. У той же час В.Репке наполягав на тому, що “проблему цін потрібно строго відділити від проблеми кон'юнктури” [12, с.26].

На думку І.К.Біляєвського, кон'юнктура ринку являє собою сукупність умов, в результаті яких формується конкретна ринкова ситуація [1, с.59].

На сучасному етапі в економічній та спеціальній довідковій літературі вченими даються наступні визначення поняття “кон'юнктура”.

Кон'юнктура ринку являє собою “сформовану на ринку економічну ситуацію, що характеризує співвідношення між попитом і пропозицією, рівень цін, товарні запаси та інші економічні показники” [4, с.10].

Кон'юнктура – сукупність умов, взаємозв'язків, ситуацій, обставин, здатних впливати на реалізацію певних планів, програм, вирішити справу, досягти певних результатів [3, с.306].

Кон'юнктура – це найважливіші ознаки, риси, показники, які характеризують поточний і перспективний стан розвитку економіки світового господарства, його окремих регіонів, країн, певної галузі або ринку товарів і послуг [13, с.71].

Поняття „кон'юнктура” включає в себе сукупність взаємопов'язаних між собою умов, які обумовлюють перехід з одного стану в інший.

Слід зазначити, що хоча кон'юнктура певного товарного чи галузевого ринку розвивається не ізольовано, а пов'язана з кон'юнктурою інших галузевих, товарних ринків та загальногосподарською кон'юнктурою, все ж таки не можна та й не коректно тенденції та основні характеристики загальногосподарської кон'юнктури механічно переносити на галузеві чи товарні ринки і навпаки. Тобто, несприятлива кон'юнктура, що склалася в одній галузі, може вплинути на стан справ у суміжній галузі. В зв'язку з цим при аналізі стану кон'юнктури певної галузі обов'язково потрібно враховувати наявність взаємозв'язків і взаємовпливу даної галузі з іншими галузями та економікою

взагалі. Крім того, кон'юнктура характеризується постійною мінливістю та значними коливаннями; має суперечливий характер, оскільки різні кон'юнктурні показники в один і той же час відображають протилежні тенденції; нерівномірністю, що проявляється, коли динаміка розвитку різних показників має однаковий напрямок, але не співпадають їхні темпи; кон'юнктура являє собою єдність протилежностей.

Отже, кон'юнктура являє собою комплексне та швидкозмінне явище, яке відображає динамічність та стихійність, важкопередбачуваність розвитку ринку. Це пов'язано з тим, що ринкова кон'юнктура формується під впливом безлічі елементів та дій, які в свою чергу підпорядковуються імовірнісним законам. Тому кон'юнктуру ринку можна оцінити за допомогою якісних та кількісних характеристик. Цим пояснюється особлива роль кон'юнктурних досліджень ринку, за допомогою яких можна вивчити ситуацію, що складається в результаті дій чималої кількості соціально-економічних, демографічних, природних, суспільно-політичних та випадкових факторів.

Кон'юктурні дослідження – це визначена система дій, заходів науково-дослідної діяльності, спрямованих на одержання достовірних інформаційних матеріалів про стан кон'юнктури галузевого, товарного чи регіонального ринку, про співвідношення попиту і пропозиції товарів та послуг, ступінь масовості попиту, відповідність обсягів, структури і якості товарної продукції обсягам, структурі і якості попиту, відповідність матеріально-технічної бази торгівлі потребам розвитку ринку тощо [3, с.307].

Перед кон'юнктурними дослідженнями виникають завдання, які М.Д.Кондратьєв звів до трьох основних [7, с.74-75]. Перш за все, необхідно охарактеризувати та дослідити фактичний стан та тенденції зміни кон'юнктури. По-друге, необхідно пояснити причини існуючого руху кон'юнктури та висунути її теорію. По-третє, кінцевою метою вивчення кон'юнктури є постановка та вирішення проблеми, пов'язаної з прогнозом зміни кон'юнктури.

В.Репке основними завданнями вивчення кон'юнктури називав дослідження форм прояву кон'юнктури; дослідження факторів утворення кон'юнктури; установлення впливу кон'юнктури на окремі галузі економіки; групування показників кон'юнктури та їх визначення; розробка кон'юктурної політики [14, с.24].

Обов'язковою умовою дослідження кон'юнктури ринку є постійне спостереження за ринком, оскільки ринок розвивається згідно імовірнісних законів і піддається різним коливанням. Крім того, необхідно сформулювати інформаційну базу для якісного та оперативного аналізу.

Основними джерелами інформації для кон'юнктурного аналізу є дані статистичної та податкової звітності. Також збирають інформацію, використовуючи методи вибіркового спостереження, спеціальних періодичних та моментних обстежень. Кон'юнктурну інформацію можна одержати за допомогою кон'юнктурних індикаторів, тобто оцінюють показники, які характеризують основні параметри ринку, їх стан та зміну.

Кон'юнктурна інформаційна база даних має обновлятися з певною періодичністю, мати організовану структуру бази даних та репрезентативний ступінь охоплення ринку.

Оскільки значна частина кон'юнктурної інформації має попереджувальний характер, то завдяки цьому можна приймати не лише оперативні рішення з урахуванням конкретної ринкової ситуації, але й вносити зміни в майбутні плани залежно від основних тенденцій розвитку.

Таким чином, досліджуючи та розмірковуючи над такою науковою категорією як кон'юнктура, автори даної статті, взявши за основу її трактування в вітчизняній та зарубіжній економічній і довідковій літературі, прийшли до визначення поняття „кон'юнктура”. Кон'юнктура – це конкретна економічна ситуація, що склалася на ринку в процесі її зміни з часом та була спричинена сукупністю умов, взаємозв'язків і певним збігом обставин, які діють певний час і впливають на прийняття та реалізацію рішень. Їх можна характеризувати за допомогою низки показників і факторів, які піддаються кількісній чи якісній оцінці для аналізу поточної та прогнозу найближчої ситуації та на перспективу.

У подальшому до першочергових кроків кон'юнктурних досліджень необхідно включити виявлення, вивчення та комплексний аналіз і оцінку основних кон'юнктурутворюючих факторів досліджуваного ринку.

1.Беляевский И. К. Статистика товарного рынка: оценки рыночной конъюнктуры // Вопросы статистики. – 1997. – №4. – С. 20-26.

2.Большой немецко-русский словарь. – 9-е изд., стереотип. – М.: Рус. яз., 2002. – 1040 с.

3.Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / За ред. Р.Дяківа. – К.: Міжнародна економічна фундація, 2002. – 704 с.

4.Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку. – К.: Знання, 2001. – 215 с.

5.Кассель Г. Теория конъюнктуры. – М., 1925. – 146 с.

6.Ковалевський Г.В., Селіванов В.М. Харківська економічна школа (1804-2004). – Харків: ХНУ, 2004. – 45 с.

7.Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики.– М.: Экономика, 1989. – 526 с.

8.Костюхин Д.И. Конъюнктура мирового капиталистического хозяйства. – М.: Международные отношения, 1973. – 310 с.

9.Левшин Ф.М. Введение в конъюнктуру товарных рынков. – М.: Международные отношения, 1966. – 144 с.

10.Левшин Ф.М. Мировые товарные рынки (Методология изучения конъюнктуры). – М.: Международные отношения, 1978. – 360 с.

11.Опарин Д.И. Конъюнктура и рынки. – М.: Техника управления, 1928. – 392 с.

12.Первушин С. А. Хозяйственная конъюнктура. – М., 1925. – 317 с.

13.Райзберг Б., Лозовский Л., Стародубцева Е. Современный экономический словарь. – 2-е изд., испр. – М.: Инфра-М, 1999. – 479 с.

14.Репке В. Конъюнктура. – М.: Финансовое изд-во НКФ СССР, 1927. – 176 с.

Отримано 26.08.2004

УДК 330 : 43

Л.М.МАЛЯРЕЦ, канд. экон. наук, А.А.ИВАЩЕНКО

Харьковский национальный экономический университет

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: ОСНОВЫ ПОСТРОЕНИЯ И ИССЛЕДОВАНИЕ ЕЕ УРОВНЯ

Излагаются аналитические основы оценки факторов формирования конкурентоспособности предприятий с учетом внутренних и внешних условий конкурентной среды. Разработан подход к определению уровневых меток на шкале значений обобщающих показателей, оценивающих факторы конкурентоспособности.

Своевременная и объективная оценка факторов формирования конкурентоспособности предприятия позволяет оперативно адаптироваться к быстрым изменениям внешней и внутренней среды, разрабатывать действенную стратегию функционирования и развития в жестких условиях современного рынка. Своевременность оценки определяет постоянный процесс ее проведения, а объективность – зависит от аналитического инструментария, положенного в ее основу. Первая характеристика оценки регулируется системой управления на предприятии, а вторая – анализом и синтезом существующих методик, разработкой новых положений и подходов, инвариантных реальным условиям функционирования предприятия.

Авторитетные ученые – известные специалисты по данной проблеме Г.Л.Азоев, Т.А.Акимова, И.Ансофф, В.А.Винокуров, А.П.Градов, Ю.Б.Иванов, Дж. Робинсон, Р.А.Фатхутдинов, В.Г.Шинкаренко, А.Ю.Юданов [1-5, 7-10] и др. разработали обширную базу концепций, каждая из которых имеет свои отличительные особенности, но все вместе представляют мощную методологию анализа конкурентоспособности предприятия. Многомерность самого показателя конкурентоспособности, а также множество вычислительных процедур по опре-